

## WINDOW DISPLAY / VITRINAS

*El objetivo del curso es que el alumno aprenda y viva los procesos de una vitrina real, comenzando con el brief de la marca, creación, aprobación, presupuesto, producción e instalación. Se trabajará con marcas y clientes reales. Los proyectos son en grupo.*

### 1. INTRODUCIÉNDONOS EN EL MUNDO DE LAS VITRINAS

- La vitrina, una poderosa herramienta de comunicación.
- Conceptos de diseño para crear una vitrina.
- Tendencias en diseño y montaje.
- Branding e imagen de marca.

### 2. LOS PROCESOS PARA CREAR UNA VITRINA

- Las funciones de un vitrinista.
- Elementos claves del proceso de una vitrina.
- Trabajo en equipo.
- Improvisación; creatividad a través de ejercicios.

### 3. ESTUDIO DE MERCADO - RETAIL TOUR

- Distribución de grupos de trabajo y creación de agencias.
- Revisión in-situ de los elementos que crean una vitrina.
- Revisión in-situ de los procesos de una vitrina.
- Análisis de distintas vitrinas; lujo, fast fashion y masivas.

### 4. PROYECTO VITRINAS

- Presentación de agencias/clientes.
- Visita cliente y brief.
- Trabajo en clases de moodboard, ADN, propuestas.
- Revisión del presupuesto real del cliente. Procesos de una cotización/presupuesto.

### 5. DESARROLLO PROPUESTA VITRINAS

- Presentación y corrección de la propuesta - previa revisión con el cliente (fuera de clases).
- Trabajo en clases en base a las correcciones.
- Del fotomontaje al espacio real (medidas).
- Diferentes funciones, comportamiento y costo de diversos materiales (muestrario).
- Creación de carta gantt.
- Cotización/ Presupuesto.

### 6. CIERRE CON CLIENTES

- Presentación de las propuestas finales.
- Aprobación y correcciones.
- Revisión y presentación de muestras y detalles que ayudarán a la comprensión de la propuesta.
- Cierre de cotizaciones y presupuesto.
- Producción.
- Orden y administración del presupuesto asignado.

### 7. PRODUCCIÓN FINAL

- Terminaciones finales.
- Prototipos finales.
- Guía para la elaboración de originales a imprenta.
- Coordinación de el montaje con el cliente y el mall.

### 8. PRESENTACIÓN DE LA VITRINA AL CLIENTE

- Entrega proceso de vitrinas y feedback (presentación del proceso y fotografías del resultado final).
- Rendición de cuentas con el cliente.
- Entrega formal de la vitrina - Examen.



## DANA RAZMILIC

Fundadora y directora de la Vitrinería Retail LAB. Graduada de Visual Merchandising y Escaparatismo en Barcelona. Se ha especializado por más de 9 años en la creación y aplicación de estrategias de posicionamiento a través del Visual Merchandising, Retail Marketing y Branding para identificar y asentar la coherencia de marca e incrementar la rentabilidad del negocio.

